

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ РАСЧЕТОВ

(региональный уровень)

Н.С. Апарин, канд. экон. наук,
Л.С. Мымрикова, канд. экон. наук,
НИИ статистики Росстата,
Б.Т. Рябушкин, д-р экон. наук,
Статкомитет СНГ

В связи с перспективами дальнейшего развития туристской деятельности в стране повышается роль статистического наблюдения за объемом платных услуг населению, вовлекаемых в сферу туризма. Авторами ставилась задача усовершенствовать статистическую методологию исчисления общего объема платных услуг населению в туристском комплексе регионального уровня (субъекта Российской Федерации). По мнению авторов, предложенная система показателей объема платных услуг населению с информационно-методическим обеспечением расчетов может рассматриваться как часть более глобальной системы статистических показателей. Последняя предназначена для согласованного информационного обеспечения решений региональных органов власти в области туристской деятельности и комплексного анализа туризма по таким направлениям, как масштабы туристской деятельности; оценка материальной базы туризма, его кадрового обеспечения; определение туристских ресурсов, эффективности туристской деятельности. В конечном итоге речь идет об оценке воздействия услуг в сфере туризма на социально-экономическое развитие региона - вкладе туризма в создание валового регионального продукта, формирование финансовых региональных ресурсов, повышение уровня жизни населения региона.

К сфере туризма относятся все виды деятельности, которые непосредственно связаны с обслуживанием туристов, а турист рассматривается как лицо, путешествующее между двумя странами или между двумя или более местностями в пределах страны своего обычного местожительства. Туристы идентифицируются, согласно международным стандартам по туризму, как «ночующие посетители». Платные услуги населению в сфере туризма (в достаточно широком смысле слова) охватывают как потребляемые туристами на платной основе услуги, так и покупаемые ими товары. Применительно к региональному уровню это означает, что речь идет как о туристическом обслуживании «ночующих посетителей», путешествующих по своей территории или выезжающих за ее пределы (в другие регионы России или за границу), так и о туристическом обслуживании «ночующих посетителей», прибывших из других регионов России или из-за границы.

Концептуальной основой формирования системы показателей, посредством которых может быть дана характеристика платных услуг населению в сфере туризма (на региональном уровне) в указанном выше смысле, служат теоретико-методологические принципы построения сателлитных счетов туризма, которые, по всей видимости, будут внедрены на этапе более уг-

лубленного введения международных стандартов в национальную статистическую практику. Представляется, что на региональном уровне речь будет идти об отдельных блоках показателей, раскрывающих отдельные стороны сферы туризма, гармонизированных с другими сводными макроэкономическими показателями в рамках региональных счетов.

Туризм не рассматривается как производственная деятельность (ни один из современных классификаторов не рассматривает туризм как определенный вид деятельности, хотя, с другой стороны, ряд видов деятельности - пассажирский транспорт, гостиничные услуги, туристские агентства, общественное питание и в определенной мере здравоохранение и культура - ассоциируются с туризмом). Туризм является специфической категорией конечного потребления.

Объем платных услуг населению в сфере туризма (в достаточно широком смысле слова) на региональном уровне может рассматриваться в совокупности таких компонентов, как расходы населения («своего» и других регионов страны) - «резидентов», связанные с туризмом на территории данного региона, и расходы иностранцев, то есть нерезидентов, в сфере туризма также на территории данного региона. Первый индикатор отражает расходы (связанные с туризмом) на ко-

нечное потребление населения - домашних хозяйств (данного региона и других регионов России); второй индикатор показывает реализацию спроса иностранных туристов на региональные товары и услуги (в валовом региональном продукте на стадии его конечного использования они должны найти отражение как экспорт товаров и услуг, производимых туристской сферой).

Стоимостное выражение объема туристских услуг находит выражение в форме их оплаты. Из конкретных расходов туристов при получении ими услуг (а частично - при покупке товаров) формируется общий объем расходов путешественников, или общая стоимость платных услуг, оказываемых хозяйствующими субъектами туристам. Иначе говоря, формируется цена туристского продукта.

Для получения представления о характере платных услуг и степени их связи с туризмом при формировании методологии определения объема платных услуг населению целесообразно воспользоваться следующей классификацией хозяйствующих субъектов, производящих товары и услуги для туристов:

Первичные - предназначены непосредственно для обслуживания туристов (санатории, пансионаты, турбазы и т. п.). В условиях замкнутого туристского и культурного центра почти все предприятия, находящиеся на его территории, относятся к этой категории.

Вторичные - предназначены для обслуживания преимущественно туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения и т. п.).

Третичные - предназначены, как правило, для обслуживания местных жителей, но их услугами могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т. п.). В туристскую индустрию в широком смысле входят и специализированные предприятия, не имеющие ярко выраженного туристского характера:

- пассажирский транспорт (железнодорожный, автомобильный, воздушный, водный) с его разветвленной сетью технологических служб;
- транспортное машиностроение и автомобилестроение;
- топливная промышленность;
- капитальное и дорожное строительство;
- производства художественно-промышленного характера;
- пищевая промышленность;
- многие отрасли сельского хозяйства и т. д.;
- сфера услуг, которую используют туристы.

Данная классификация позволяет дифференцировать хозяйствующие субъекты по степени их связи с туризмом. Прежде всего выделяются хозяйствующие субъекты, для которых оказание услуг по туризму является основным видом экономической деятельности

(турфирмы, гостиницы, санаторно-оздоровительные организации, детские оздоровительные лагеря). Затем определяются те субъекты, для которых оказание услуг по туризму - неосновной вид деятельности, но в разной мере также связан с туризмом.

Дифференциация хозяйствующих субъектов по степени связи с туризмом предопределяет особенности в расчетах объема туристских услуг населению. Хозяйствующие субъекты, для которых оказание туристских услуг является основным видом деятельности, как правило, входят в систему организованного туризма, и объем их услуг находит выражение в стоимости путевок.

Набор оплачиваемых услуг, входящих в стоимость путевок, может быть разным, но он чаще всего включает предоставление временного жилья, организацию питания, санаторно-оздоровительные, спортивные, транспортные и другие услуги. Оплата путевки гарантирует получение туристами основных услуг, но далеко не всех, о чем может дать представление распределение во времени элементов спроса на услуги по следующим укрупненным группам:

1. *Подготовка к путешествию.* Основные элементы спроса: получение информации о возможных туристских центрах, объектах, наборе и стоимости услуг, приобретение тура и билетов, получение виз (если это необходимо), покупка туристской одежды, обуви и т. п.

2. *Поездка к месту назначения.* Основные элементы спроса связаны с дорожными расходами, включая аренду автомашин, ремонт и техобслуживание.

3. *Проживание и питание.* Основные элементы спроса связаны с пребыванием в гостинице и других средствах размещения, а также потреблением дополнительных услуг, не входящих в стоимость путевок, в том числе парикмахерских, салонов красоты, медицинских услуг, обмена валюты, операций с кредитными карточками, по страхованию, связи и т. д.

4. *Покупки и личные запросы в соответствии с целями путешествия.* К элементам спроса можно отнести потребление услуг как в туристском центре, так и за его пределами (услуги в области культуры, оздоровительные, спортивных видов отдыха, развлечений, прокат туристских товаров, снаряжения, услуги по организации конгрессов, выставок, ярмарок, покупки сувениров и т. п.).

5. *Расходы по завершении путешествия.* Элементы спроса: услуги, связанные с тиражированием и распространением фотографий, видеофильмов, печатной продукции и других материалов по результатам путешествий; ремонт автомобилей и т. д.

Организация наблюдения за расходами туристов во всем их многообразии, с распределением во времени, представляет даже в рамках организованного туризма сложную задачу, которая в настоящее время решается

не в полной мере. Получение более полных данных о расходах туристов требует проведения специальных статистических обследований и опросов, что связано со значительными затратами.

Предлагаемая система расчетов по определению объема платных туристских услуг населению основана на использовании данных действующей статистической отчетности, которую представляют организации, оказывающие услуги туристам.

Сопоставление реального состава туристских услуг (и расходов туристов) и зафиксированных в путевках показывает, что между их величинами могут быть большие различия. Это означает, что объем платных туристских услуг будет неполным, если ориентироваться только на показатель стоимости путевок. Необходимо, кроме стоимости путевок, привлекать и другую информацию.

Общеметодологической основой построения системы показателей, комплексно отражающих платные туристские услуги, являются спутниковые счета СНС. Спутниковые счета - это набор статистических показателей, которые предназначены для углубленного изучения какой-либо одной экономической проблемы, например состояния окружающей среды, здравоохранения, туризма. Показатели спутниковых счетов, как правило, методологически согласованы с другими показателями СНС, однако при необходимости допускаются некоторые отклонения от общих стандартных подходов. Эти отклонения могут касаться, например, отраслевых классификаций, расширения границ статистических измерений, условных поправок к стандартным макроэкономическим показателям. Примером может служить «экологический ВВП», то есть ВВП, скорректированный с учетом состояния окружающей среды. Спутниковые счета туризма (ССТ) относятся к одной из групп вспомогательных к СНС счетов. Традиционно туризм статистически описывался с помощью набора натуральных показателей (количество визитеров и ночевков, число мест в гостиницах и т. д.). Однако посредством только этих показателей (к тому же не имеющих четкой методологической увязки с СНС) определить место туризма в экономической жизни страны не представляется возможным. Эта задача может быть решена с помощью стоимостных показателей, методологически сопоставимых с другими показателями, применяемыми для характеристики прочих видов экономической деятельности (в рамках СНС). Именно такие показатели составляют основу ССТ.

На основе ССТ может быть построена система показателей с центральным показателем - объемом деятельности сферы туризма (совокупности товаров и платных услуг, связанных с деятельностью туристской индустрии). С помощью такой системы показателей возможно углубленное изучение туризма как эконо-

мического феномена, рассматриваемого под углом зрения источника дополнительного спроса на товары и услуги со стороны туристов-визитеров. Этот спрос порождает дополнительное предложение, то есть стимулирует экономический рост определенных видов деятельности, связанных с туризмом. Кроме того (и это немаловажно), туризм может выступать в качестве источника дополнительных бюджетных доходов, стимулировать создание дополнительных рабочих мест, инвестиции. Все эти аспекты должны быть отражены в ССТ.

В ССТ никакое производство товаров не выделяется как характерное для туризма. Характерным видом деятельности является не производство тех или иных товаров, а розничная торговля ими. Это важно для расчета показателей, характеризующих деятельность индустрии туризма. По мнению российских специалистов, на первоначальном этапе построения спутниковых счетов это не является главным. Главное состоит в достижении балансировки между показателями расходов на туризм с показателями национальных счетов и платежного баланса, то есть обеспечения надежной основы для дальнейших расчетов и уточнений.

Большинство показателей ССТ полностью соответствуют методологическим требованиям СНС. Однако в ССТ предусматривается, тем не менее, некоторая модификация применяемых подходов, что вызвано, на наш взгляд, не только необходимостью более углубленного изучения туризма как объекта статистического наблюдения, но и учета его как «собирающего вида экономической деятельности». Например, рассчитываются показатели добавленной стоимости, порожденной туризмом, и ВВП, связанного с туризмом, которые не предусмотрены методологией СНС. Кроме того, рекомендуется несколько расширить границы статистического наблюдения по сравнению со стандартными, рекомендуемыми СНС. Это касается, например, концепции конечного потребления, в которую включены расходы на туризм (в каждом аналогичном случае отклонения от стандарта СНС оговариваются и обосновываются).

ССТ опираются в основном на понятия и определения СНС. В частности, в построении системы показателей туристской деятельности используются такие категории СНС, как выпуск, промежуточное потребление, валовая добавленная стоимость, расходы на конечное потребление, фактическое конечное потребление, денежные социальные трансферты, социальные трансферты в натуральной форме, валовое накопление и др. Вместе с тем для решения специфических задач ССТ должны опираться на собственные понятия и определения, в чем-то конкретизирующие соответствующие стандарты СНС, а в чем-то отклоняющиеся от аналогов в СНС.

В ССТ предложены три определения туризма. Первое определение - центральное, полностью согласовано с категорией конечного потребления, применяемой в СНС; второе и третье - более широкие определения, заметно отличающиеся от концептуальных основ современного национального счетоводства.

Согласно второму (более широкому) определению, в расходы на туризм следует включать расходы на покупку товаров, предназначенных для путешествий, отдыха и туризма, вне зависимости от того, когда эти покупки были сделаны. Согласно третьему (самому широкому) определению, в расходы на туризм следует дополнительно включать стоимость товаров длительного пользования, предназначенных для путешествий, отдыха и туризма, в какое бы время эти покупки ни были сделаны.

Как и в СНС, различают понятия расходов на туризм (по аналогии с показателем расходов на конечное потребление) и фактического потребления туристами (по аналогии с понятием фактического конечного потребления в СНС). Расходы на туризм могут осуществлять не только туристы - единицы сектора домашних хозяйств, но и другие институциональные единицы, включаемые в секторы некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства, и государственных (муниципальных) учреждений (сектор государственного управления).

Согласно центральному определению, под **расходами на туризм** понимаются расходы на покупку товаров и услуг для конечного потребления, сделанные визитерами или от их лица, вне зависимости от того, были ли эти покупки оплачены во время путешествия, до него или после него. Общая величина расходов на туризм включает не только расходы домашних хозяйств, но также расходы некоммерческих организаций и государственных учреждений на покупку некоторых товаров и услуг, которые потом будут переданы туристам в виде социальных трансфертов в натуральной форме (например, нерыночные услуги здравоохранения в виде предоставленных бесплатно или по льготным ценам путевок в санатории и дома отдыха).

Надо иметь в виду, что речь идет о покупке товаров и услуг, предназначенных для конечного потребления (те расходы на товары и услуги, относящиеся к путешествию, которые относятся в СНС на промежуточное потребление институциональных единиц, не включаются в расходы на туризм - оплата транспортных расходов и расходов на проживание сотрудников, находящихся в командировке, или проживание гостей производственных институциональных единиц, если их приглашение имеет непосредственное отношение к бизнесу).

Другой показатель СНС, относящийся к конечному потреблению, - фактическое конечное потребление, также нашел свое применение в ССТ в виде пока-

зателя *фактического туристского потребления*, исчисляемого в виде суммы расходов туристов на покупку потребительских товаров и услуг в ходе визита, дополнительного вознаграждения в виде заработной платы в натуральной форме, если таковая имела место (имеется в виду оплата производственными единицами питания своих командированных наемных работников или гостей), и трансфертов в натуральной форме, полученных от других институциональных единиц (кроме социальных трансфертов в натуральной форме, полученных от некоммерческих организаций и государственных учреждений) и социальных трансфертов в натуральной форме, полученных от некоммерческих организаций и государственных учреждений (бесплатные или почти бесплатные путевки и т. п.). В последнем случае имеются в виду в основном случаи бесплатного проживания в жилищах, принадлежащих другим домашним хозяйствам, то есть проживание в гостях.

В фактическое туристское потребление, как и в фактическое конечное потребление в СНС, не включаются так называемые коллективные нерыночные услуги (государственное управление, оборона, фундаментальная наука), поскольку считается, что эти услуги потребляются не каждым конкретным домашним хозяйством, а обществом в целом. Тем не менее применительно к туризму считается, что существует определенная категория затрат, сделанных на коллективные услуги, связанные с туризмом. Это относится к государственному регулированию в области туризма, обустройству дорог, территории, охране общественного порядка, которые требуют немалых затрат и оказывают бесспорное воздействие на интенсивность потока туристов. Однако разделить потребление этих услуг между визитерами и невизитерами в настоящее время статистически сложно. Поэтому в ССТ применяется тот же подход, что и в СНС, то есть *расходы органов управления разного уровня на коллективные услуги - «нерыночные коллективные услуги» не включаются в фактическое конечное потребление туристов (или фактическое туристское потребление)*.

Исходя из собственных задач, в ССТ предлагается дополнительная категория - *общие расходы на туризм*. Эта категория, помимо стоимости, относящейся к фактическому конечному потреблению туристов (в более точном смысле - визитеров), должна включать затраты предприятий (организаций) на транспорт и проживание в гостиницах своих командированных сотрудников и гостей, которые обычно включаются в промежуточное потребление - как в СНС. Такое отклонение от СНС, с точки зрения исследования туризма как экономического феномена, вполне логично, так как этот показатель отражает величину дополнительного спроса со стороны визитеров (туристы, командированные, бизнесмены).

Помимо категорий визитеров и туристов, в ССТ специально оговаривают существование так называемых *однодневных визитеров и транзитных визитеров* (в том числе туристов). В России существенный дополнительный спрос со стороны однодневных визитеров (в том числе туристов) могут ощущать такие регионы, как Московская область, регионы Золотого кольца.

В ССТ (с позиции страны в целом) различаются три вида туризма - *внутренний, въездной и выездной*. Приоритеты не расставляются, тем не менее отмечается, что для большинства стран (и территорий) наибольшее значение имеет въездной туризм (применительно к конкретному региону здесь можно понимать в широком контексте - из-за рубежа и других территорий), поскольку именно он создает дополнительный спрос в экономике со стороны нерезидентных визитеров - туристов, командированных, бизнесменов. Для целей региональной методологии внутренний туризм можно подразделить на две составляющие: а) внутренний данного региона, когда туристами являются резидентные единицы (домашние хозяйства), проживающие на данной территории, и б) внутренний, когда туристами являются резидентные единицы (домашние хозяйства) с других территорий страны.

Туризм - специфическая отрасль экономики, производящая туристский продукт. Как объект статистического наблюдения туристский продукт представляет особый интерес, поскольку является основой формирования величины платных услуг по туризму.

С созданием туристского продукта прямо или косвенно связаны следующие виды деятельности и отрасли:

1. Розничная торговля, обслуживающая визитеров:
 - продажа специфических туристических товаров, сувениров и т. д.;
 - продажа других товаров.
2. Общественное питание.
3. Размещение и проживание:
 - отели и другие места коллективного проживания (дома отдыха, пансионаты, летние и детские лагеря);
 - рыночные услуги по проживанию неформально-го сектора;
 - услуги по проживанию в собственном втором доме (даче).
4. Транспорт и связь:
 - воздушный транспорт;
 - железнодорожный транспорт;
 - автомобильный транспорт (включая внутригородской);
 - водный транспорт;
 - услуги связи;
 - другие услуги транспорта и связи (прокат автомобилей и т. д.).
5. Туристические фирмы:

- транспортные агентства;
- туристические агентства, формирование пакетных туров (туроператоры и турагенты);
- экскурсионные услуги.

6. Учреждения культуры и образования, связанные с туризмом:

- музеи, выставки, театры и другие учреждения культуры;
- летние школы и другие образовательные учреждения.

7. Учреждения здравоохранения, связанные с туризмом:

- санатории и другие медицинские учреждения, прямо предназначенные для туристов;
- медицинские учреждения, обеспечивающие медицинское обслуживание в туристических центрах, профилактику, спасательные и санитарные службы.

8. Спортивные учреждения, связанные с туризмом (туристические базы, пункты проката туристического инвентаря, услуги инструкторов и тренеров).

9. Страхование визитеров и другие услуги финансового характера.

10. Другие, связанные с туризмом, виды деятельности (обеспечение безопасности, сопровождение, перевод, бизнес-услуги).

Услуги могут оказываться производственными единицами любых институциональных секторов. Специалистами отмечается («Сателлитные счета туризма для России»), что, во-первых, предприятия, включенные в туристскую индустрию, помимо товаров и услуг, предназначенных для туризма, могут выпускать и другие товары и услуги, которые в данном случае являются непрофильными для указанных видов деятельности. Во-вторых, визитеры (туристы, командированные, бизнесмены) свободны в своем выборе и могут потреблять не только характерные, но также любые другие товары и услуги. Таким образом, объем выпуска туристской индустрии численно не совпадает с объемом расходов на потребление визитеров. Последнее обстоятельство обусловило введение в ССТ целой системы сводных показателей, характеризующих туристскую деятельность в разных аспектах - добавленной стоимости индустрии туризма, добавленной стоимости, связанной с туризмом, и ВВП, обусловленного туризмом.

Индустрия туризма включает в себя специфическую деятельность, представляющую собой услуги транспортных и туристических агентств. *Транспортные агентства* занимаются розничной реализацией билетов на разные виды транспорта (их услуги могут быть оплачены в виде специальной наценки). В какой бы форме ни была организована оплата услуг транспортных агентств, ее следует учитывать отдельно от стоимости транспортных компаний и отелей, поскольку эти единицы могут принадлежать и к разным экономикам, и тем более функционировать на разных тер-

риториях (регионах).

Туристические агентства (в российской практике - *туроператоры*, определяемые как фирмы, занимающиеся формированием пакетных туров) оказывают те же самые услуги, что и транспортные агентства, и дополнительно занимаются формированием так называемых пакетных туров, то есть комплексных программ поездок, их планированием. В соответствии с современной трактовкой пакетные туры считаются особым видом туристских услуг и учитываются по способу «вала», то есть суммированием стоимости билетов, проживания в отелях, экскурсионного обслуживания и т. д. Во избежание повторного счета пакетные туры необходимо оценить по чистой стоимости (стоимость услуг, фактически оказываемых другими компаниями, должна рассматриваться как промежуточное потребление туристической компании-оператора).

Методология определения объема платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере туризма на региональном уровне, должна быть скоординирована с методологическими подходами, вытекающими из построения *таблиц ресурсов и использования в системе спутниковых счетов туризма*. В них сопоставляются показатели ресурсов туристических товаров и услуг и их использование «визитерами». В первой группе таблиц (таблицы расходов) отображаются расходы на туристское потребление в разрезе товаров и услуг для каждой формы туризма - выездного туризма, внутреннего туризма, въездного туризма. Эта группа таблиц (всего четыре таблицы) завершается сводной таблицей. Во второй таблице - то же самое, для внутреннего туризма. В третьей таблице - для въездного туризма. В сводной таблице - потребление, связанное с внутренним и национальным туризмом.

Во второй группе таблиц (таблицы ресурсов) отображается спрос со стороны визитеров. На первом этапе ресурсы представляются в обобщенном виде, в последующем - по видам товаров и услуг и в разрезе элементов стоимости и таким образом составляется подробный счет производства для всей индустрии туризма. В соответствующих таблицах отображаются взаимосвязи между ресурсами и их использованием. Они содержат сопоставления по каждому из товаров и на обобщенном уровне, между общим производством в рыночных ценах (общими ресурсами в рыночных ценах) и различными видами туристского потребления: внутреннего, въездного, выездного, внешнего и национального.

Следует обратить внимание на то, что в ССТ производство характерных товаров (услуг) определяется исходя из спроса на них. Такой подход наиболее целесообразен как концептуальная основа организации статистического наблюдения с целью определения общего объема туристских услуг, в том числе платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере ту-

ризма (как на общероссийском, так и региональном уровнях).

Наряду с системой показателей, предназначенной для сопоставления ресурсов туристических товаров и услуг со спросом на них, предлагаются подсистемы показателей (в виде соответствующих таблиц), которые в известной степени являются вспомогательными - занятость в индустрии туризма, наличие и движение основного капитала, экспорт и импорт товаров и услуг, связанных с туризмом, и влияние соответствующих показателей на платежный баланс, влияние туризма на государственные доходы.

Также теоретически возможно исчисление ряда специфических сводных показателей, таких, как добавленная стоимость, связанная с туризмом, и ВВП, обусловленный туризмом.

Добавленная стоимость, связанная с туризмом, измеряется как сумма добавленной стоимости, созданной характерными для туризма видами деятельности, которые обусловлены туристским потреблением. Этот показатель призван характеризовать влияние туризма на развитие производства (с точки зрения формирования ресурсов).

ВВП, обусловленный туризмом, характеризует объем туристского потребления. Туристы могут потреблять не только те товары, которые произведены туристской индустрией, но и другие товары и услуги, которые не являются характерными для туристской индустрии. Указанный показатель включает в себя, помимо товаров и услуг, произведенных индустрией туризма (и купленных визитерами), также стоимость всех других товаров (и услуг), включая нехарактерные для туризма, которые были потреблены.

В стандарте по спутниковым счетам туризма (подготовленном Всемирной организацией по туризму) отмечены и определенные приоритеты в их построении. В частности, важно, чтобы в первую очередь были построены таблицы, увязывающие потребление и производство характерных для туризма товаров и услуг. Определенные приоритеты могут быть установлены разным видам туризма. Считается, что въездной туризм, как правило, имеет наибольший приоритет, поскольку он создает дополнительный спрос и оказывает влияние на экономику в целом. Но как отмечалось, для России большое значение имеет и внутренний туризм. Применительно к такому региону, как Московская область, особый интерес представляет въездной туризм в широком смысле слова (главным образом из других регионов России, и прежде всего из Москвы, а также из других стран).

Для России, крупных регионов с развитой туристской инфраструктурой туризм важен, поскольку является стимулом к экономическому росту, созданию новых рабочих мест, источником дополнительных доходов государственного (муниципального) бюджета,

улучшения показателей платежного баланса. В создаваемой и развиваемой информационной системе базовым элементом является ССТ (для регионов - отдельные разделы ССТ, как, впрочем, и отдельные разделы СНС, адаптированные к региональным особенностям).

В перспективе целесообразно разработать методическое обеспечение расчетов совокупных расходов на туризм (по видам) применительно к региональному уровню исходя из общей концепции исчисления совокупных расходов на туризм (по видам) в национальном масштабе (общая схема приводится ниже).

Принципиальная схема структуры совокупных расходов на туризм (по видам) на общероссийском уровне

Виды расходов, связанные с туризмом	Расходы резидентных домашних хозяйств	Расходы резидентных государственных единиц на индивидуальные нерыночные услуги, связанные с туризмом	Расходы резидентных НКО* на индивидуальные нерыночные услуги, связанные с туризмом	Расходы резидентных институциональных единиц (кроме домашних хозяйств, государственных и муниципальных структур, НКО*)		Расходы нерезидентных единиц	
				относимые на промежуточное потребление	суточные (дополнительная оплата труда)	на въездной туризм	переданные в виде трансфертов
А	1	2	3	4	5	6	7
Расходы на внутренний туризм - всего						X	
в том числе:							
транспортные					X	X	
размещение и проживание					X	X	
пакетные туры				X	X	X	
другие				X		X	
Расходы на въездной туризм - всего						X	
в том числе:							
транспортные					X	X	
размещение и проживание					X	X	
пакетные туры				X	X	X	
другие				X		X	
Расходы на выездной туризм - всего	X						X
в том числе:							
транспортные	X				X		X
размещение и проживание	X				X		X
пакетные туры	X			X	X		X
другие	X			X			X
Всего расходов							

* Некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства.

Комментарий к схеме. К расходам резидентных домашних хозяйств на туризм относятся все расходы, связанные с пребыванием вне места обычного проживания, сделанные самими домашними хозяйствами. В эту сумму включаются все транспортные расходы, за исключением расходов на внутригородской транспорт и пригородный транспорт, если последние не относятся к поездкам на дачу; расходы на проживание в гостиницах, пансионатах и т. д., а также расходы на содержание загородных домов (дач); стоимость купленных пакетных (комплексных) туров; расходы на экскурсионное обслуживание, питание и другие установленные расходы, связанные с туризмом.

К числу серьезных информационных проблем, особенно на региональном уровне, следует отнести определение расходов внутренних визитеров (туристов, командированных, бизнесменов) на покупку товаров. В случае въездного и выездного туризма расходы на покупку товаров нерезидентами на внутреннем рынке и резидентами на внешних рынках определяются исходя из косвенной информации.

Следует иметь в виду, что покупка товаров для последующей перепродажи не должна включаться в расходы на туризм. Необходимо также учесть возможность двойного счета при оценке расходов на покупку пакетных туров и покупку конкретных видов услуг. В схеме имеется в виду валовая (общая) стоимость пакетных туров, поэтому стоимость конкретных услуг (транспортных, гостиничных и т. д.) должна быть показана без стоимости услуг, включенных в «пакеты». «Разнесение» стоимости между «пакетными» турами и конкретными видами туристских услуг производится в работе по дальнейшей конкретизации представленной схемы (в расходах учитываются выплаты как резидентным, так и нерезидентным компаниям - производителям услуг, что необходимо для уточнения величины экспорта и импорта).

К расходам государственных и муниципальных структур (единиц сектора государственного управления), имеющих отношение к туризму, относятся расходы на индивидуальные услуги здравоохранения, образования, культуры, социального обеспечения, связанные с пребыванием членов домашних хозяйств вне места обычного проживания. Это могут быть оплаченные полностью или частично путевки в дома отдыха и санатории, экскурсии, пребывание детей в летних и оздоровительных лагерях, финансирование образовательных поездок в зарубежные школы или образовательные центры и т. д. Эти услуги передаются домашним хозяйствам в виде трансфертов в натуральной форме и затем включаются в фактическое конечное потребление домашних хозяйств. Расходы на оплату коллективных услуг, связанных с туризмом (государственное регулирование, управление, изыскания), не рекомендуют включать в расходы на туризм (в принципе, российские госучреждения могут оплачивать расходы на туризм не только резидентных, но и нерезидентных единиц, например в виде гуманитарной помощи туристам, посещающим страну; эти расходы могут быть учтены в расходах на въездной туризм). Командировочные расходы служащих (названной группы единиц) должны отражаться в графах 4 и 5.

Расходы некоммерческих организаций, обслуживающих домашние хозяйства, на туризм могут включать, например, стоимость профсоюзных туристических путевок или оплату лечения вне места постоянного проживания, расходы религиозных организаций на проведение паломничества (в том числе за границу) и т. д. Расходы политических и общественных организаций на проведение съездов, конференций и т. д. в части, касающейся оплаты расходов визитеров, должны быть показаны в графах 4 и 5.

Графы 4 и 5 включают показатели, сделанные резидентными институциональными единицами и классифицируемые в СНС или как промежуточное потребление, или как дополнительный заработок наемных работников, находящихся в служебных командировках. Помимо оплаты расходов своих работников, находящихся в командировках (внутренних или зарубежных), резидентные институциональные единицы могут оплачивать расходы приглашенных гостей-нерезидентов. В этом случае расходы, как правило, относятся к промежуточному потреблению (представительские расходы), однако часть их может быть отнесена на заработную плату. В случае неформальной (челночной) внешней торговли расходы на оплату услуг транспорта и проживания следует относить к промежуточному потреблению, а расходы на питание и разного рода услуги - на заработную плату (смешанный доход).

Расходы на промежуточное потребление, хотя и не включаются в конечное потребление домашних хозяйств (и поэтому, по определению, не могут быть отнесены к расходам на туризм), но создают дополнительный спрос со стороны визитеров на определенные услуги - гостиничные и другие и должны быть учтены отдельно.

Особо стоит вопрос о расходах нерезидентных единиц, касающихся туризма. С позиций внутреннего потребления (конечное потребление трактуется в СНС как конечное потребление резидентных единиц), они не могут быть включены в состав внутреннего конечного потребления. Но они оказывают влияние на формирование дополнительного спроса и должны быть учтены (в рамках рассматриваемой территории, региона) особо и, кроме того, должны быть охвачены показателем, характеризующим объем платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере туризма на региональном уровне (например, на уровне Московской области).

С другой стороны, расходы нерезидентных единиц на оплату услуг, характерных для туризма, переданные резидентным единицам, в виде трансфертов в натуральной форме (например, оплата поездки российских детей на кратковременное обучение за границей) должны быть включены в конечное потребление, но не должны быть включены при расчете показателя объема платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере туризма на региональном уровне.

Таким образом, хотя концептуально система показателей туризма (включая обобщающие показатели) строится на основе методологических принципов СНС, и в частности сателлитных счетов, есть определенные различия (в рамках страны, и тем более региона) между конечным потреблением населения - резидентных единиц (товаров и услуг, связанных с туризмом) и объемом платных услуг населению (и не только «местным» туристам, но и жителям из других регионов и из-за границы), вовлеченных в оборот в сфере туризма.

Рассматривая туризм как перспективное направление, затраты на которое могли бы увеличиваться в соответствии с ростом экономической значимости туризма, можно было бы решать проблему статистики туризма поэтапно, начиная с вопросов методического обеспечения расчетов объемов платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере туризма на ре-

гиональном уровне, на первом этапе - как части совокупных расходов по туризму, то есть, на наш взгляд, в виде совокупности следующих показателей (для организованного туризма):

1) расходы резидентных домашних хозяйств (населения конкретного региона, путешествующего в туристских целях по собственному региону) и населения других регионов России, посещающих с туристскими целями рассматриваемый регион, включая транзит - в широком контексте «внутренний туризм», в соответствии с международным стандартом, ориентированным на статистическое изучение туризма по стране в целом;

2) расходы нерезидентных домашних хозяйств - иностранцев, связанные с туризмом по рассматриваемой территории - «въездной» туризм («въездной» туризм отечественных граждан рассматривается в п. 1);

3) величина показателя «добавленная стоимость» организаций на рассматриваемой территории, занимающихся рекламой, подготовкой и реализацией туристских путевок за пределами этой территории;

4) расходы выезжающих туристов на данной территории, с выделением расходов туристов, выезжающих за пределы территории, но в пределах страны, и тех расходов, которые связаны с выездом за границу (помимо оплаты путевок).

Хотелось бы затронуть еще один концептуально-методологический вопрос относительно разграничения понятий, относящихся к туризму. Дело в том, что группировка туризма на «организованный» и «неорганизованный» в международных стандартах не применяется. Но учитывая российскую специфику, в дальнейших исследованиях по вопросу комплексных измерений платных туристских услуг населению в системе макроэкономических расчетов такую группировку можно было использовать. В известной мере «организованный» туризм - это туристские услуги единиц всех секторов экономики, кроме сектора «домашние хозяйства»; «неорганизованный» туризм - туристские услуги, оказываемые сектором «домашние хозяйства».

Туризм может быть «организованным» и «неорганизованным». Несмотря на то, что общеметодологическая основа измерения объема платных услуг населению в сфере туризма (как для «организованного», так и «неорганизованного») одна и та же, информация, которая может быть использована для оценки организованного туризма, носит более комплексный характер.

Согласно международным стандартам, единицы сектора «домашние хозяйства» могут оказывать туристам рыночные и нерыночные услуги. Примером рыночных услуг, предназначенных для туристов, могут быть платные услуги по проживанию в частных домах, услуги лиц-предпринимателей, не имеющих статуса юридического лица, идентифицируемых по видам деятельности: общественное питание, розничная торговля, транспортные услуги, ряд специальных услуг (типа экскурсионных, услуг сопровождения и т. п.). Эти услуги без всяких ограничений должны учитываться наравне с услугами туристического характера, оказываемыми на рыночной основе другими экономическими единицами (прежде всего, единицами сектора нефинансовых предприятий - «нефинансовых корпораций и нефинансовых квазикорпораций»).

В настоящее время большинство нерыночных услуг домашних хозяйств при подсчетах макроэкономических показателей не учитывается (за исключением услуг по проживанию в собственном жилище). *Частным случаем проживания в собственном жилище является проживание на даче. Если дачный домик рассматривается как жилье, предназначенное исключительно для отдыха, то все расходы на его содержание необходимо включать в затраты на туризм вне*

зависимости от сезона, когда они фактически были сделаны. В том случае, если дачный дом является просто вторым домом и может использоваться вне зависимости от сезона, то в расходы на туризм следует включать только часть расходов на его содержание, которое относится к времени, когда собственники этой дачи фактически в ней проживают (расходы, связанные с приобретением садового инвентаря, удобрений и т. п. относятся к промежуточному потреблению и поэтому не включаются в расходы на туризм).

Отдых на даче является специфическим видом туризма в России в целом, во многих ее регионах. Сезонное (летнее) возрастание величины показателя конечного потребления связано именно с «дачным фактором». С точки зрения ССТ, этот пример является классическим проявлением эффекта воздействия туризма на экономику определенного региона. Поэтому в контексте методологии определения объема платных услуг населению, вовлеченных в оборот в сфере туризма, «дачный туризм» должен найти отражение под рубрикой «неорганизованный туризм» (проживание в гостях на бесплатной основе в контексте расширения содержания понятия «туристские услуги населению, вовлеченные в оборот в сфере туризма» - на данном этапе изучения указанной проблемы не рассматривается).

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОБЪЕМНЫХ, ВРЕМЕННЫХ И ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРИБЫТИЙ В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ

Н.И. Исаев, канд. экон. наук,

А.К. Капустин, канд. экон. наук,

В.И. Моторин, канд. экон. наук,

С.Н. Смирнов, д-р экон. наук,

Институт социальной политики и социально-экономических программ ГУ-ВШЭ

Ежегодно проводимый Федеральным агентством по туризму России с участием авторов настоящего доклада мониторинг состояния и динамики изменений туристского рынка в Российской Федерации основывается на анализе годовых данных статистической отчетности о международных прибытиях, данных годовых отчетов коллективных средств размещения. Анализ годовых данных позволяет выявлять устойчивые тенденции в предпочтениях иностранных и отечественных туристов относительно как «географии» туристских поездок, так и мест и способов размещения путешествующих во время поездки. Проводимые социологические опросы позволяют не только уточнить результаты этого анализа, но и учесть значительную по своим размерам группу внутренних туристов, пред-

почитающих самостоятельные поездки с использованием для размещения жилого фонда в частном секторе либо отдых в палатках, и в значительной степени не охваченную официальными статистическими наблюдениями.

Относительная гладкость временных рядов годовых показателей позволяет осуществлять прогнозные расчеты с использованием достаточно простых прогностических моделей, что подтверждается результатами прогнозных расчетов, проведенных авторами доклада в 2005 и 2006 гг. Однако при проведении этих расчетов всегда делалась оговорка, касающаяся недостаточно «хороших» статистических оценок полученных результатов, что было связано с недостаточно длинными временными рядами на этапе становления

статистических работ в области туризма в условиях рынка.

Кроме того, эти данные не позволяют отслеживать и анализировать внутригодовые флуктуации плотности туристских потоков, что само по себе является самостоятельной проблемой, достаточно важной для хозяйствующих субъектов, производящих товары и услуги, составляющих потребительскую корзину туриста. Этих недостатков лишены данные квартальной отчетности, позволяющие при проведении мониторинга анализировать ежеквартальные колебания численности туристов, а также использовать при проведении прогнозных расчетов временные ряды длиной в 50 и более точек.

Однако и временные ряды, основу которых составляет квартальная отчетность, обладают свойством, делающим весьма затруднительным осуществление прогнозных расчетов. Методические трудности, возникающие при попытках использования при прогнозировании классических вероятностных моделей, связаны с невозможностью подбора адекватных прогностических функций вследствие отсутствия монотонности исследуемых временных рядов.

Предпринятый в связи с практической невозможностью подбора адекватной прогностической функции отказ от вероятностных моделей обусловил преимущественное использование для достижения поставленной цели аппарата математического программирования, широко применяемого в рамках логико-алгебраического подхода к анализу данных. Методические подходы и алгоритмы решения поставленной задачи были разработаны специалистами Института социальной политики и социально-экономических программ ГУ-ВШЭ и подробно изложены в специально посвященной этому вопросу работе¹.

Изложение разработанных методов и алгоритмов приведено в данной работе для объемных макроэкономических показателей потокового типа. Однако это обстоятельство не ограничивает общности полученных теоретических результатов, поскольку динамику любого объемного показателя типа «запас» можно представить в виде композиции постоянного начального уровня «запаса», динамики входного потока, обеспечивающего его пополнение, и динамики выходного потока, характеризующего интенсивность расходования «запаса». В случае отсутствия статистических данных о динамике входного и выходного потоков достаточно рассмотреть их алгебраическую сумму, выражаемую потоком цепных приростов (первых конечных разностей) значений исходного показателя типа «запас». Таким образом, задачи декомпозиции динамики «запасов» и «потоков» оказываются в известном смысле

ле эквивалентными.

Исходная теоретическая предпосылка анализа динамических рядов основывается на концепции причинно-следственного характера развития экономических систем и постулирует возможность представления исследуемого ряда в виде композиции следующих компонент, порождаемых различными совокупностями факторов и каузальных связей:

- тренд (долгосрочная тенденция);
- календарная составляющая;
- сезонная составляющая;
- более или менее регулярные колебания (осцилляции) относительно тренда;
- несистематическая (нерегулярная) компонента.

Сформулированная предпосылка по своей сути не является жесткой или сколько-нибудь ограничительной для целей исследования динамических рядов, однако для того, чтобы сделать ее базой для построения операциональных прогнозно-аналитических моделей, требуется специфицировать указанную выше композицию компонент ряда в некоторой конструктивной форме. Вообще говоря, истинные свойства причинно-следственного механизма формирования компонент того или иного динамического ряда на практике априори не известны. Поэтому обобщенная структурная модель динамики исследуемого макроэкономического показателя потокового типа V может быть представлена в виде

$$V_t = F(R_t, C_t, S_t, O_t, N_t), \quad t = 0 \div T, \quad (1)$$

где t - темпоральный индекс, пробегающий значения от 0 до $T > 0$;
 V_t - номинальное значение показателя V за период времени t ;
 R_t - трендовое значение показателя V за период времени t ;
 C_t - значение календарной компоненты динамики V за период времени t ;
 S_t - значение сезонной компоненты динамики V за период времени t ;
 O_t - значение осциллирующей компоненты динамики V за период времени t ;
 N_t - значение нерегулярной компоненты динамики V за период времени t ;
 F - числовая функция векторного аргумента с подходящими аналитическими свойствами.

Выбор адекватной спецификации функции F в модели (1) представляет собой самостоятельную проблему, не допускающую четкой формальной постановки и разрешаемую в процессе исследования динамического ряда на основе проб и ошибок. Например, если предположить, что эффекты влияния причинно-следственных связей, порождающих компоненты ряда значений объемного макроэкономического показателя V , обладают свойством аддитивности или мультипликативности, то структурная модель его динамики может быть записана соответственно в виде разложения

¹ См.: Моторин В.И. Критерии и методы декомпозиции динамики макроэкономических показателей (Препринт WP2/2005/01. Серия WP2 - Количественный анализ в экономике. - М.: ГУ-ВШЭ, 2005).

$$V_t = R_t + C_t + S_t + O_t + N_t, \quad t = 0 \div T, \quad (2)$$

или в форме произведения

$$V_t = R_t \cdot C_t \cdot S_t \cdot O_t \cdot N_t, \quad t = 0 \div T, \quad (3)$$

где все нетрендовые компоненты моделируемого динамического ряда представлены безразмерными множителями.

Аддитивная и мультипликативная формы структурной модели динамического ряда не являются эквивалентными, поскольку по результатам идентификации модели (2), вообще говоря, нельзя однозначно построить модель (3), и наоборот. Разложение (2) естественно использовать при анализе динамики объемных (стоимостных или натуральных) показателей и их сумм, а модель (3) оказывается весьма полезной для описания динамики отношений объемных величин ввиду невозможности выразить все слагаемые (2) динамического ряда значений относительного показателя через одноименные компоненты аддитивных разложений для соответствующих объемных показателей в числителе и знаменателе. При анализе динамики плотности потока въездных туристов в отчете в качестве базовой выбрана аддитивная модель (2). В Приложении к отчету показано, что при поочередном оценивании компонент динамического ряда структурные модели (2) и (3) находятся во взаимно однозначном соответствии.

Количество неизвестных величин в структурной модели (1) существенно превосходит число имеющихся наблюдений T . В подобной ситуации одновременная идентификация структурных компонент динамического ряда сопряжена с алгоритмической реализацией неустойчивых в вычислительном отношении процедур и на практике представляется затруднительной и малоэффективной. В связи с этим целесообразно ограничиться поэтапным подходом к идентификации компонент модели (1), в рамках которого все составляющие ряда фильтруются поочередно в заранее установленном и логически обоснованном порядке следования.

Поэтапный подход к идентификации составляющих макроэкономической динамики по структурной модели (1) требует логического обоснования очередности фильтрации компонент исходного ряда. Последовательную идентификацию компонент динамического ряда, значения которого измерены в стоимостном выражении, естественно начать с ценовой компоненты, которая полностью определяется направленностью и интенсивностью инфляционных процессов в соответствующей сфере экономики и поэтому не включена в структурную модель (1).

Негативным следствием инфляции является неполная сопоставимость значений стоимостного показателя - «потока» в различные одноименные периоды времени (годы, кварталы, месяцы). Идентификация ценовой компоненты с помощью индексов-дефляторов по-

зволяет оценить вклад инфляционных факторов в номинальную динамику показателя и преобразовать исходный временной ряд к свободному от ценовых эффектов виду. Для любого натурального показателя ценовую компоненту следует приравнять нулю во всех точках периода наблюдений. Поэтому в указанном отчете при прогнозировании объемных характеристик туристских потоков данный этап не рассматривается.

Второй этап последовательной структурной декомпозиции динамического ряда - устранение календарных эффектов, которое должно предшествовать анализу других компонент ряда, поскольку именно оно наряду с дефлятированием обеспечивает сопоставимость разновременных значений исследуемого показателя. Ясно, что в случае нарушения такой сопоставимости использование любых способов выявления сезонных и конъюнктурных циклов или других компонент ряда лишено элементарного логического смысла. Очевидно, что для анализа туристских потоков календарный эффект не играет такой роли, как, например, сезонный, однако из соображения корректности выполнения процедур идентификации остальных компонент данный этап включен в схему расчетов.

При обосновании очередности фильтрации остальных компонент динамического ряда следует принять во внимание то обстоятельство, что прямая идентификация тренда календарно скорректированного ряда весьма затруднительна, поскольку какие-либо априорные сведения о тренде в большинстве практических случаев отсутствуют, а спецификация тренда в виде того или иного параметрического семейства функций времени является чрезмерно «жесткой» (и, следовательно, неприемлемой) процедурой. С другой стороны, отдельные свойства сезонной, осциллирующей и нерегулярной компонент известны априори, то есть устанавливаются на основе базовых определений и логических соображений, и могут быть положены в основу более гибких алгоритмов непараметрической идентификации. В связи с этим естественно определять тренд по «остаточному» принципу как плавно меняющийся ряд, получаемый из исходного путем последовательного элиминирования других компонент.

На третьем этапе последовательной структурной декомпозиции динамического ряда следует оценить сезонные эффекты как наиболее значимый объективный фактор искажения реальной динамики показателей интенсивности прибытий иностранных туристов в Российскую Федерацию. Здесь целесообразно подчеркнуть, что анализ сезонности лучше проводить до элиминирования осцилляций и нерегулярной компоненты, так как в противном случае «картина» сезонности может оказаться в существенной степени размытой. По аналогичной причине четвертый этап декомпозиции исходного ряда должен быть ориентирован на устранение осцилляций (конъюнктурных цик-

лов), а выделение нерегулярной компоненты следует проводить на заключительном, пятом этапе работы. Идентификация составляющих динамики анализируемого показателя (объемов прибытий иностранных туристов), как отмечалось выше, завершается после элиминирования нерегулярной компоненты построением «остаточного» тренда исходного ряда.

Обобщенные результаты прогноза числа иностранных граждан, прибывающих в Российскую Федерацию с целью туризма, приведены в таблице 1. Они свидетельствуют о том, что в период 2008-2009 гг. негативная тенденция 2007 г. будет в целом преодолена. Прогнозируемый прирост общего числа прибытий иностранных граждан вне СНГ за 2008-2009 гг. составит более 191 тыс., или 9% по отношению к оценке на 2007 г.

Таблица 1

**Российская Федерация: прогноз динамики
въездного туризма
(поездки с целью туризма)**

Регион/страна прибытия	Показатель	2006	2007	2008	2009
		Факт	Оценка*	Прогноз	
Пять стран Западной Европы - всего	тыс. человек	725,2	797,7	818,2	830,8
	цепные индексы	1,000	1,100	1,026	1,015
в том числе: Великобритания	тыс. человек	124,2	125,8	126,8	119,9
	цепные индексы	1,000	1,013	1,008	0,945
Германия	тыс. человек	328,6	352,5	365,8	368,4
	цепные индексы	1,000	1,073	1,038	1,007
Испания	тыс. человек	53,9	80,9	75,6	84,3
	цепные индексы	1,000	1,500	0,935	1,114
Италия	тыс. человек	116,0	127,7	137,2	143,4
	цепные индексы	1,000	1,101	1,075	1,045
Франция	тыс. человек	102,5	110,9	112,7	114,8
	цепные индексы	1,000	1,081	1,016	1,019
Пять стран Балтии - всего	тыс. человек	539,7	360,4	348,3	322,4
	цепные индексы	1,000	0,668	0,966	0,926
в том числе: Латвия	тыс. человек	49,4	67,0	65,4	64,0
	цепные индексы	1,000	1,356	0,977	0,979
Литва	тыс. человек	42,7	50,1	54,4	55,5
	цепные индексы	1,000	1,174	1,086	1,021
Польша	тыс. человек	234,1	41,2	44,0	47,2
	цепные индексы	1,000	0,176	1,069	1,072
Финляндия	тыс. человек	148,2	150,8	129,5	115,5
	цепные индексы	1,000	1,018	0,859	0,892
Эстония	тыс. человек	65,4	51,4	54,9	40,1
	цепные индексы	1,000	0,786	1,069	0,731

Окончание таблицы 1

Регион/страна прибытия	Показатель	2006	2007	2008	2009
		Факт	Оценка*	Прогноз	
Три страны Азиатско-Тихоокеанского региона - всего	тыс. человек	441,9	354,2	434,9	470,1
	цепные индексы	1,000	0,801	1,228	1,081
в том числе: Китай	тыс. человек	157,4	129,9	145,5	168,8
	цепные индексы	1,000	0,826	1,120	1,160
США	тыс. человек	225,0	179,1	222,3	230,3
	цепные индексы	1,000	0,796	1,241	1,036
Япония	тыс. человек	59,6	45,2	67,0	71,0
	цепные индексы	1,000	0,759	1,483	1,058
Прочие страны вне СНГ	тыс. человек	567,8	618,6	653,5	698,9
	цепные индексы	1,000	1,090	1,056	1,069
Итого по странам вне СНГ	тыс. человек	2275	2131	2255	2322
	цепные индексы	1,000	0,937	1,058	1,030

*На основании данных Росстата о числе МТП за 9 месяцев 2007 г.

Основной вклад в прирост поездок с целью туризма предположительно придется на страны Азиатско-Тихоокеанского региона (116 тыс.) и прочие страны дальнего зарубежья (80 тыс.), тогда как «вклад» пяти стран Западной Европы составит 33 тыс. прибытий. В результате будет «перекрыт» негативный тренд по прогнозируемым поездкам с целью туризма из стран Балтии.

Приведенные объемные и структурные (см. рис. 1) характеристики поездок в Российскую Федерацию из стран вне СНГ с целью туризма следует рассматривать через призму точности прогноза, которая значительно различается в зависимости от свойств динамического ряда прибытий той или иной зарубежной страны (группы стран). Поэтому при оценке приведенных прогнозных данных следует учитывать вероятностную точность прогнозирования, которая в географическом разрезе выглядела следующим образом:

- **высокая и средняя точность** - характерна для временных рядов по США, Японии, пяти странам Западной Европы и группе «прочих стран» дальнего зарубежья;

- **точность ниже средней** - характерна для прогноза по Литве, Финляндии и КНР;

- **неудовлетворительная точность** - наблюдается при прогнозе по временным рядам Польши, Латвии и Эстонии.

Прогноз динамики численности иностранных туристов, прибывающих на территорию Российской Федерации из стран вне СНГ в служебных целях, осуществлялся отдельно по каждому временному ряду.

Результаты среднесрочного прогноза свидетельствуют о том, что негативная тенденция 2007 г., в ко-

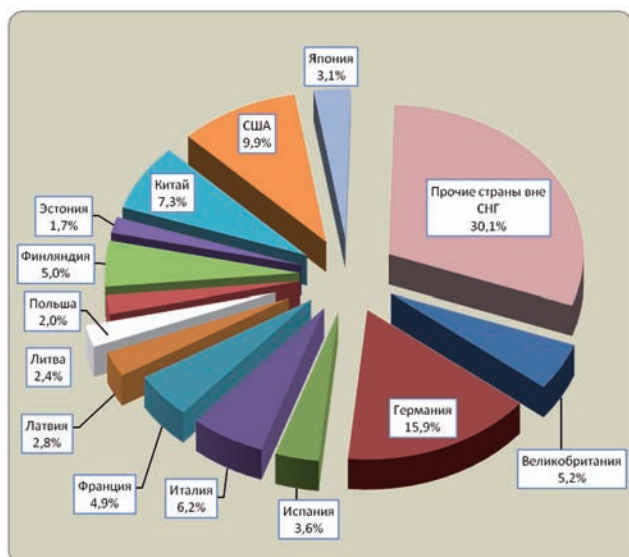


Рис. 1. Российская Федерация: прогнозируемая страновая структура числа международных прибытий из стран вне СНГ (туристские поездки) в 2009 г. (в % к итогу)

тором (по оценке) число деловых поездок может сократиться на 245 тыс., в дальнейшем будет преодолеваться.

Прогнозируемый прирост общего числа прибытий иностранных граждан вне стран СНГ за 2008-2009 гг. составит около 114 тыс., или 5,3% по отношению к оценке на 2007 г. Основной вклад в прирост поездок с целью туризма предположительно придется на страны Азиатско-Тихоокеанского региона (74 тыс.) и прочие страны дальнего зарубежья (65 тыс.), тогда как «вклад» пяти стран Западной Европы составит 29 тыс. прибытий. В результате будет «перекрыт» негативный тренд по прогнозируемым поездкам с целью туризма из стран Балтии (минус 54 тыс. прибытий).

Обобщенные результаты прогноза числа международных прибытий в Российскую Федерацию в профессиональных целях приводятся в таблице 2.

Прогнозируемые на конец 2009 г. структурные характеристики международных прибытий из стран дальнего зарубежья (служебные поездки) в географическом разрезе представлены на рис. 2.

Как и в случае поездок, совершаемых с целью туризма, приведенные выше объемные и структурные характеристики деловых поездок в Российскую Федерацию из стран вне СНГ следует рассматривать через призму точности прогноза, которая значительно различается в зависимости от свойств динамического ряда прибытий той или иной зарубежной страны (группы стран).

Поэтому при оценке приведенных прогнозных данных следует учитывать вероятностную точность прогнозирования, которая в географическом разрезе выглядела следующим образом:

- высокая и средняя точность - характерна для вре-

Таблица 2

**Российская Федерация: прогноз динамики
въездного туризма
(служебные поездки)**

Регион/страна прибытия	Показатель	2006	2007	2008	2009
		Факт	Оценка*	Прогноз	
Пять стран Западной Европы - всего	тыс. человек	304,0	344,5	351,5	373,6
	цепные индексы	1,000	1,133	1,020	1,063
в том числе: Великобритания	тыс. человек	71,2	79,3	76,7	75,3
	цепные индексы	1,000	1,114	0,968	0,981
Германия	тыс. человек	131,1	155,3	159,4	174,0
	цепные индексы	1,000	1,185	1,027	1,092
Испания	тыс. человек	8,2	8,3	8,5	8,6
	цепные индексы	1,000	1,018	1,020	1,012
Италия	тыс. человек	41,6	47,1	50,7	54,6
	цепные индексы	1,000	1,133	1,075	1,078
Франция	тыс. человек	51,9	54,5	56,1	61,0
	цепные индексы	1,000	1,050	1,031	1,086
Пять стран Балтии - всего	тыс. человек	1199,0	983,0	993,2	929,4
	цепные индексы	1,000	0,820	1,010	0,936
в том числе: Латвия	тыс. человек	133,1	140,1	144,5	148,6
	цепные индексы	1,000	1,053	1,031	1,028
Литва	тыс. человек	201,2	189,1	217,2	229,2
	цепные индексы	1,000	0,940	1,148	1,056
Польша	тыс. человек	43,1	47,5	49,1	49,5
	цепные индексы	1,000	1,101	1,034	1,009
Финляндия	тыс. человек	710,6	490,4	468,7	380,1
	цепные индексы	1,000	0,690	0,956	0,811
Эстония	тыс. человек	111,0	115,9	113,8	121,9
	цепные индексы	1,000	1,045	0,982	1,071
Три страны Азиатско-Тихоокеанского региона - всего	тыс. человек	355,6	275,2	309,1	349,2
	цепные индексы	1,000	0,774	1,123	1,130
в том числе: Китай	тыс. человек	257,4	174,1	213,0	254,4
	цепные индексы	1,000	0,677	1,223	1,195
США	тыс. человек	73,7	75,6	70,0	67,3
	цепные индексы	1,000	1,027	0,925	0,961
Япония	тыс. человек	24,5	25,4	26,1	27,5
	цепные индексы	1,000	1,037	1,027	1,053
Прочие страны вне СНГ	тыс. человек	558,1	568,4	604,0	633,8
	цепные индексы	1,000	1,019	1,063	1,049
Итого по странам вне СНГ	тыс. человек	2417	2171	2258	2286
	цепные индексы	1,000	0,898	1,040	1,012

*На основании данных Росстата о числе служебных поездок за 9 месяцев 2007 г.

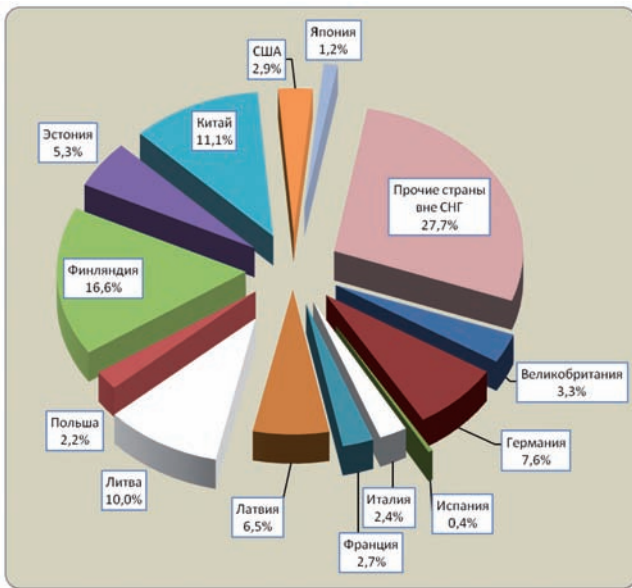


Рис. 2. Российская Федерация: прогнозируемая структура числа международных туристских прибытий из стран вне СНГ (служебные поездки) в 2009 г. (в % к итогу)

менных рядов США, Японии и четырех западноевропейских стран и прочих стран дальнего зарубежья;

- точность ниже средней - свойственна прогнозам по КНР и Эстонии;

- неудовлетворительная точность - наблюдается при прогнозе по временным рядам Испании, Польши, Финляндии и Латвии.

Проведенный разработчиками компаративный анализ показал, что цель поездки выступает одной из важнейших детерминант количественных параметров прогнозных динамических рядов въездного туризма по всем рассматриваемым странам дальнего зарубежья. В качестве иллюстрации данного положения ниже приводится состав первой пятерки стран вне СНГ по числу прогнозируемых МТП на 2009 г. по целям поездок (см. рис. 3-4).

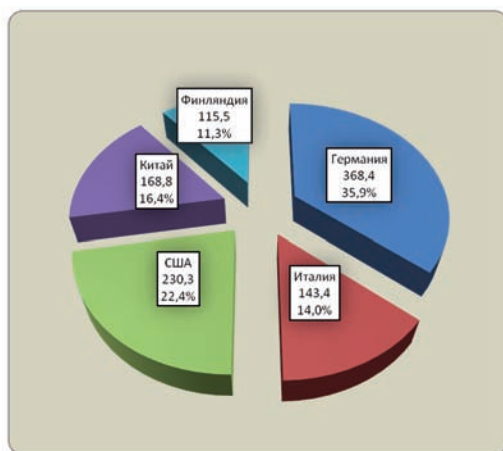


Рис. 3. Прогноз на 2009 г.: первая пятерка стран вне СНГ по числу туристских поездок в Российскую Федерацию (тыс. прибытий, в % к итогу по пяти странам)

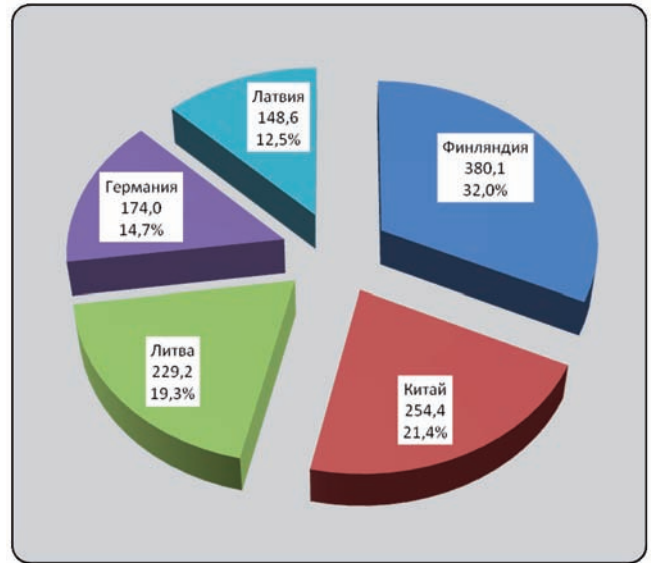


Рис. 4. Прогноз на 2009 г.: первая пятерка стран вне СНГ по числу служебных поездок в Российскую Федерацию (тыс. прибытий, в % к итогу по пяти странам)

На приведенные пять стран по прогнозу на 2009 г. будет приходиться 40,8% туристских поездок в Российскую Федерацию иностранных граждан вне стран СНГ. Причем первая тройка включает Германию, США и Италию.

Во многом иная картина представляется при рассмотрении прогнозных значений служебных поездок в Россию из стран дальнего зарубежья. Состав первой тройки лидеров в данном разрезе полностью меняется, включая в себя Финляндию, КНР и Литву. При этом на всю первую пятерку по прогнозу на 2009 г. будет приходиться 51,9% служебных поездок в Российскую Федерацию иностранных граждан вне стран СНГ.

Согласно среднесрочному прогнозу, по суммарному числу международных туристских прибытий (туристские и служебные поездки) в Российскую Федерацию в 2009 г. первая пятерка стран будет выглядеть следующим образом:

1. Германия - 542 тыс. прибытий;
2. Финляндия - 495 тыс. прибытий;
3. Китай - 423 тыс. прибытий;
4. США - 297 тыс. прибытий;
5. Литва - 284 тыс. прибытий.

Таким образом, изменение объемных характеристик въездного туризма в Россию будет в дальнейшем сопровождаться структурными изменениями потоков в географическом разрезе. Однодневные и краткосрочные поездки с туристскими и служебными целями из приграничных стран (Польши, Финляндии, Литвы, Эстонии и Китая) будут иметь явную тенденцию к «замещению» прибытиями из других стран дальнего зарубежья, в первую очередь из стран Азиатско-Тихоокеанского региона и Западной Европы.

Другой прогнозируемой структурной особенностью туристских потоков в Россию из-за рубежа будет нарастание диверсификации прибытий в страновом разрезе. Все больший удельный вес будет приобретать группа «прочих стран вне СНГ», на которую, по прогнозу, к концу 2009 г. будет приходиться более 30%. Из этого, в частности, следует, что в целях повышения репрезентативности прогноза, в будущем необходимо рассмотреть возможность дезагрегирования данной категории с выделением в ее составе наиболее перспективных стран с точки зрения международных туристских прибытий в Российскую Федерацию.

Прогнозируемые структурные изменения показали, что динамика вклада нерезидентов в развитие внут-

реннего туристского рынка Российской Федерации будет отличаться от динамики фактического числа прибытий, регистрируемых пограничными органами. В этих условиях оперирование усредненными значениями среднелюдских затрат иностранных туристов в ходе поездки по территории РФ не обеспечивает надлежащую точность прогноза вклада въездного туризма в общий объем потребления туристских услуг. В этой связи встает задача грамотной географической сегментации будущего спроса зарубежных туристов, которая может быть решена путем определения количественных характеристик среднелюдских потребительских расходов туристов различных типов стран на основе проведения репрезентативных социологических опросов.

ОЦЕНКА МАСШТАБОВ ТУРИЗМА И ЕГО ВЛИЯНИЯ НА ЭКОНОМИКУ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

**В.В. Андреев,
Ш.Д. Совмен,
Е.Н. Хилько,**

Территориальный орган Росстата по Краснодарскому краю

Одна из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, сопутствующих формированию и развитию мирового хозяйства, - неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов.

В Краснодарском крае туризм признан бюджетообразующей приоритетной сферой экономики, и соответственно региональным властям необходима наиболее полная и объективная статистическая информация в этой сфере, в том числе о влиянии туризма на макроэкономические показатели развития региона. Тем более что вклад туризма в экономику отдельных регионов, и особенно Краснодарского края, гораздо выше, чем это учитывает официальная статистика. Необходимо разработать систему показателей, которые могли бы объективно оценить экономическую эффективность туризма с учетом мультипликативного эффекта. Такая статистика крайне нужна и на федеральном, и на региональном уровнях.

Важной и весьма существенной составляющей курортно-туристского комплекса Кубани являются *индивидуальные средства размещения*¹, которые по сетевым параметрам и объемам обслуживания туристов в 1,5-2 раза превосходят возможности коллективных средств размещения. В связи с этим давно назрела

необходимость в статистическом изучении данного рынка услуг.

Туризм напрямую влияет на показатели деятельности и соответственно уровень доходов в таких сферах, как пассажирский транспорт, общественное питание, розничная торговля, связь, платные услуги населению, инвестиционная деятельность и т. д. Вместе с тем определить влияние туризма на макроэкономические показатели развития Краснодарского края до недавнего времени было невозможно ввиду отсутствия официальной методики для соответствующих расчетов, тем более в рамках отдельно взятого региона.

В то же время во многих странах с развитым туристическим бизнесом уже накоплен опыт расчетов спутниковых счетов туризма в СНС. Однако следует отметить, что осуществление таких расчетов предполагает проведение единой целенаправленной государственной политики в сфере туризма, и в том числе в области статистики туризма: наличие надежных административных источников информации, организацию и проведение крупномасштабных статистических работ (экономических переписей коллективных средств размещения, выборочных статистических обследований домашних хозяйств по их участию в туризме, анкетных опросов туристов на выезде из страны и т. д.).

¹ Индивидуальные средства размещения - квартиры, комнаты в квартирах, дома, коттеджи, сдаваемые внаем.

В рамках программы ТАСИС «Статистика-4» Росстат достаточно подробно изучил опыт Национальной статистической службы Греции по развитию статистики туризма, и в частности расчетов спутниковых счетов туризма в СНГ. Активное участие Краснодарстата в данном проекте и тесное сотрудничество с администрацией Краснодарского края и Сочинским государственным университетом туризма и курортного дела дало возможность в масштабах одного субъекта Российской Федерации - Краснодарского края на практике осуществить крупные статистические работы, позволяющие более полно оценить масштабы туризма и его вклад в формирование макроэкономических показателей развития региона.

Оценка параметров самостоятельного туризма в Краснодарском крае

В 2001 г. администрация Краснодарского края обратилась в краевой комитет государственной статистики (ныне - Территориальный орган Росстата по Краснодарскому краю) с просьбой определить общую численность отдыхающих, ежегодно прибывающих в курортную зону края на отдых и лечение.

Наличие официальной статистической информации позволяло не только решать вопросы развития курортно-туристского комплекса края, но и имело большое значение для межбюджетных отношений между Краснодарским краем и Российской Федерацией.

Проблема состояла в отсутствии статистического (впрочем, и любого другого) учета миллионов неорганизованных отдыхающих, так называемых «самостоятельных туристов»². Предпринятые нами вначале попытки сбора и обобщения информации из различных источников (налоговые органы, администрации курортных городов и районов, органы МВД) не дали положительного результата и убедили нас в отсутствии достаточно надежных административных источников. Так, к примеру, в налоговых органах была зарегистрирована только примерно десятая часть всех квартиродатчиков.

В целях наиболее полного обеспечения органов исполнительной власти Краснодарского края статистической информацией по туризму администрацией края при участии Краснодарстата был принят ряд нормативных актов, среди них:

- распоряжение от 16.07.2001 № 823-р «О мерах по учету численности населения, прибывающего в Краснодарский край на отдых и лечение»;
- распоряжение от 06.09.2002 № 1170-р «О разработке методики и проведении статистического обследования самостоятельных туристов»;
- постановление от 16.07.2003 № 681 «О первоочередных мерах по организации приема, регистрации и

обслуживания туристов, прибывающих на курорты Краснодарского края без санаторно-оздоровительных и туристских путевок»;

- распоряжения от 14.10.2002 № 1340-р, от 08.09.2003 № 1241-р, от 01.09.2004 № 1037-р, от 27.12.2005 № 1227-р, от 23.11.2006 № 1090-р «О плане мероприятий по обеспечению органов исполнительной власти Краснодарского края статистической информацией» и др.

В 2002 г. Краснодарстатом была разработана и затем утверждена Госкомстатом России постановлением от 27.05.2002 № 125 «**Методика определения численности туристов, посетивших курортную зону Краснодарского края, и полученных от их обслуживания доходов**».

Согласно Методике для определения параметров самостоятельного туризма Краснодарстат совместно с Сочинским государственным университетом туризма и курортного дела в 2002 г. впервые провел пилотные обследования индивидуальных средств размещения и сезонных кемпингов в курортной зоне края, после чего они стали ежегодными.

Индивидуальные средства размещения. Выборочное обследование индивидуальных средств размещения путем анкетного опроса домашних хозяйств в курортных городах и районах позволяет выявить долю домохозяйств, предоставляющих услуги по временному проживанию туристов, объемы их доходов, численность туристов, снимающих жилье в этом секторе.

Объектом наблюдения является домашнее хозяйство (домовладение). В опросе участвуют не менее 300 респондентов в каждом отобранном населенном пункте Азово-Черноморского побережья; всего выборка включает около 3000 единиц наблюдения.

Стратифицирующими признаками являются месторасположение (Черноморское и Азовское побережье) и местожительство (городская и сельская местность). Число домашних хозяйств в городской и сельской местности курортной зоны определяется на основе численности постоянного населения на начало года и среднего состава домохозяйств по данным статистики населения, а также данных Всероссийской переписи населения 2002 г.

В 2006 г., в ходе выборочного статистического обследования индивидуальных средств размещения в курортной зоне края, было опрошено 2775 домохозяйств в городах: Сочи, Анапа, Геленджик, Новороссийск, Туапсе, а также в Туапсинском и Ейском районах.

По итогам анкетного опроса получены средние показатели (доля домохозяйств, сдававших жилье туристам; средняя численность снимающих жилье в расчете на 1 домохозяйство-квартиродатчика; средняя продолжительность и средняя стоимость проживания

² Самостоятельный турист - гражданин, посещающий страну (место временного пребывания) в туристских целях и самостоятельно организующий свою поездку (то есть без туристской путевки).

одного туриста), позволившие рассчитать численность туристов, размещавшихся в индивидуальных средствах размещения, и объем доходов от их проживания.

Таблица 1

Сводные итоги опроса владельцев индивидуальных средств размещения в курортной зоне Краснодарского края за 2006 г.

№ строки	Наименование показателя	Единица измерения	Величина показателя
1	Доля домохозяйств, сдававших жилье:	%	х
1.1	туристам		26,8
1.2	родственникам и знакомым		14,5
2	Средняя численность снимающих жилье в расчете на 1 домохозяйство-квартиро-сдатчика	человек	х
2.1	туристов		54
2.2	родственников и знакомых		5
3	Средняя продолжительность проживания одного туриста	дней	10
4	Средняя стоимость проживания одного туриста в сутки	рублей	229
5	Распределение численности снимающих жилье туристов по месяцам:	в % к итогу	100
5.1	июнь		18,1
5.2	июль		31,2
5.3	август		39,9
5.4	другие месяцы		10,8

По итогам обследования рассчитывается численность самостоятельных туристов, размещенных в индивидуальных средствах размещения ($Ч_{иср}$), по следующей схеме:

$$Ч_{иср} = \sum (D_i \times d_i \times \chi_i),$$

где D - общее число домашних хозяйств в курортном городе (районе) i ;

d - доля среди обследованных домашних хозяйств, предоставляющих услуги индивидуальных средств размещения;

χ - средняя численность туристов в расчете на одно индивидуальное средство размещения.

Кроме того, результаты обследования позволяют рассчитать по аналогичной схеме численность туристов в лице родственников и знакомых, гостивших в летнее время более одного дня у владельцев индивидуальных средств размещения. В итоге получаем численность всех туристов, размещавшихся в индивидуальных средствах размещения курортной зоны региона (см. таблицу 2). Как видно из приведенных данных, общая численность туристов, размещавшихся в индивидуальных средствах размещения, составила в 2006 г. 5,2 млн. человек, что на 8,9% больше, чем в 2005 г.

По численности отдыхающих лидирующее положение занимают черноморские курорты, среди них наибольший приток самостоятельных туристов (89%)

Таблица 2

Численность туристов, размещавшихся в индивидуальных средствах размещения

	Общая численность туристов, тыс. человек*		2006 в % к 2005
	2005	2006	
Краснодарский край - всего	4327** 4758	4919** 5181	113,7 108,9
Черноморское побережье	4068	4691	115,3
г. Сочи	1566	1431	91,4
г. Анапа	764	973	127,4
г. Геленджик	902	1213	134,5
г. Новороссийск	169	205	121,3
г. Туапсе	113	106	93,8
Туапсинский район	554	763	137,7
Азовское побережье	259	228	88,0
г. Ейск	101	91	90,1
Ейский район	71	73	102,8
Темрюкский район	87	64	73,6

* Оценка.

** В числителе - общая численность туристов, в знаменателе - то же с учетом родственников, знакомых, гостивших в домохозяйствах Азово-Черноморского побережья в период курортного сезона.

приходится на индивидуальные средства размещения Сочи, Геленджика, Анапы и Туапсинского района (см. рис. 1).

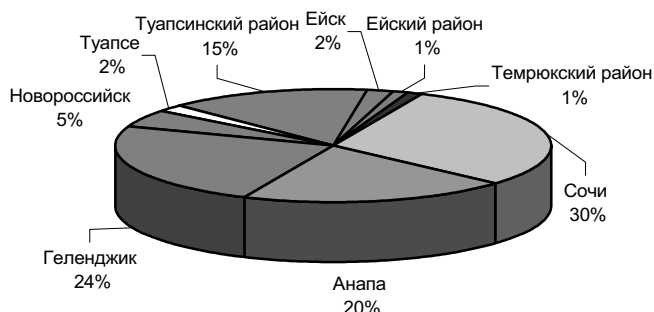


Рис. 1. Структура распределения численности самостоятельных туристов по месту размещения в 2006 г. (в % к итогу)

Пик заполняемости индивидуальных средств размещения падает на июль и август месяцы (31,2 и 39,9% туристов соответственно). Намного меньше (18,1%) приходится на обычно прохладный июнь, и совсем мало (10,8%) - на другие месяцы, хотя в сентябре-октябре на Черноморском побережье настоящий «бархатный сезон» (средняя температура моря - 20-22°, воздуха - 22-25°). Тем более что значительная часть индивидуальных средств размещения - это благоустроенные «минигостиницы», готовые принимать туристов круглогодично. Особо следует отметить гибкую ценовую политику индивидуальных владельцев жилья:

так, в сентябре стоимость проживания в частном секторе по сравнению с августом снижается примерно до 1,5-2 раза.

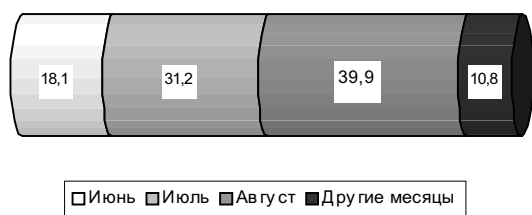


Рис. 2. Структура распределения численности самодельных туристов по месяцам 2006 г. (в % к итогу)

Оценка числа единиц индивидуальных средств размещения (D_m) производится путем взвешивания общего числа домохозяйств в обследуемых курортных городах и районах (D_i) на удельный вес домохозяйств в них, сдающих жилье туристам (d_i):

$$D_m = \sum (D_i \times d_i) = 91,8 \text{ тыс. домохозяйств.}$$

Определим границы доверительного интервала для оценки доли домохозяйств, предоставляющих услуги средств размещения (d) как

$$d \pm \delta_p,$$

$$\text{где предельная ошибка } \delta_p = \left[t_p \sqrt{(1-f)d(1-d)/(n-1)} + \frac{1}{2n} \right];$$

t_p - квантиль стандартного нормального распределения или распределения Стьюдента, соответствующий доверительной вероятности P ;

N - число единиц наблюдения в совокупности;

n - объем выборки;

$f=n/N$ - доля отбора;

d - доля домохозяйств, предоставляющих услуги средств размещения.

При доверительной вероятности $P=0,95$ значение квантили $t_p = 1,96$

$N = 342348$ домохозяйств $n = 2775$ домохозяйств

$f = 2775/342348 = 0,01$ $d = 0,268$

$$\delta_p = \left[1,96 \sqrt{(1-0,01) \times 0,268(1-0,268)/(2775-1)} + \frac{1}{2 \times 2775} \right] = 0,02.$$

Таким образом, доверительный интервал (с доверительной вероятностью 0,95) для доли домохозяйств, предоставляющих услуги средств размещения, будет иметь границы $0,268 \pm 0,02$, то есть нижняя граница равна 0,248, верхняя граница равна 0,288.

Умножая доверительные границы для доли на численность исследуемой совокупности, получим доверительный интервал для числа домохозяйств, предоставляющих услуги средств размещения, $84902 \pm \pm 98596$, то есть с вероятностью 0,95 можно утверждать, что число индивидуальных средств размещения будет не меньше 84,9 тыс. и не больше 98,6 тыс. единиц.

В то же время численность зарегистрированных в налоговых органах и учтенных в Статистическом ре-

гистре индивидуальных предпринимателей, оказывающих услуги по временному проживанию, не превышает 8,7 тыс. человек, что составляет примерно 10% от фактического числа квартиросдатчиков.

Полученные в ходе обследования домохозяйств данные позволяют рассчитать примерный объем доходов индивидуальных средств размещения от предоставления мест для временного проживания ($O_{иср}$):

$$O_{иср} = \chi_{иср} \times O_c \times \Pi,$$

где $\chi_{иср}$ - численность туристов, размещенных в индивидуальных средствах размещения;

O_c - доходы от сдачи жилья туристам в среднем на одно индивидуальное средство размещения в сутки;

Π - средняя продолжительность проживания одного туриста в индивидуальных средствах размещения;

$$O_{иср} = 4919 \times 229 \times 10 = 11265 \text{ млн. рублей.}$$

В настоящее время абсолютное большинство индивидуальных средств размещения (частных гостиниц, коттеджей, меблированных комнат) зарегистрированы как частное жилье. Отсюда - невозможность контроля их деятельности со стороны соответствующих служб, уход от уплаты налогов и дополнительных сумм коммунальных платежей. Емкость частного сектора, принимающего отдыхающих, примерно в два раза превышает общую емкость здравниц и гостиниц края. Вместе с тем в общем объеме налоговых поступлений от курортно-туристского комплекса Краснодарского края частный сектор занимает всего 3%. Следовательно, по причине отсутствия организованного учета данной категории налогоплательщиков ежегодно бюджет недополучает значительные суммы (по нашей оценке, около 1 млрд. рублей ежегодно).

В последние годы сложилась устойчивая тенденция роста численности туристов, пользующихся услугами индивидуальных средств размещения (см. рис. 3).

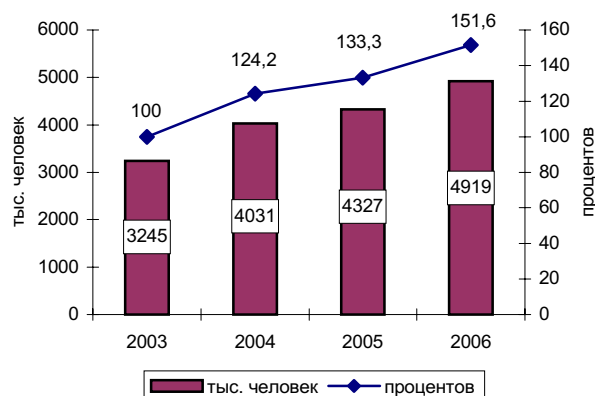


Рис. 3. Динамика численности самодельных туристов, проживавших в индивидуальных средствах размещения (тыс. человек, 2003 г.=100%)

Сравнительно невысокая стоимость проживания в частном секторе по сравнению с гостиницами, панси-

онатами, домами отдыха (уровень цен при примерно одинаковых условиях проживания различается в 2-3 раза) позволяет миллионам россиян с относительно невысоким уровнем доходов отдыхать на Азово-Черноморском побережье Краснодарского края. Тем более что в настоящее время индивидуальные средства размещения по уровню комфортности и сервиса составляют достойную конкуренцию гостиницам и здравницам.

Деятельность сезонных кемпингов. Численность туристов, размещенных в кемпингах и других местах размещения, не располагающих коечным фондом, определяется на основании данных формы статистической отчетности № 1-кемпинг «Сведения об обслуживании туристов в кемпингах и других местах размещения, не имеющих коежного фонда, на территории Краснодарского края».

Статистическое обследование сезонных кемпингов проводится по окончании курортного сезона (обычно в сентябре) на основании сведений, полученных в начале сезона от администраций курортных городов и районов о действующих кемпингах.

Сезонные кемпинги представляют собой один из самых экономичных и поэтому достаточно популярных мест размещения во время отдыха на море. Отсутствие удобств, теснота компенсируются дешевизной размещения на территории кемпинга и близостью моря. Благодаря принимаемым властями края мерам (предоставление в аренду организациям и предпринимателям пляжных территорий на конкурсной основе, предъявление жестких требований к их благоустройству и состоянию) в настоящее время азово-черноморские пляжи в основном содержатся в хорошем состоянии.

В 2006 г. получены сведения о деятельности 36 кемпингов. Ввиду того что сведения, ежегодно представляемые кемпингами (это, в основном, малые предприятия и индивидуальные предприниматели), зачастую вызывают сомнения в их достоверности, нами были дополнительно проведены натурные обследования семи сезонных кемпингов в городах Геленджике, Новороссийске и Темрюкском районе.

С учетом таких факторов, как заполняемость кемпингов в рабочие и выходные дни, среднее число ночевков в расчете на одного туриста, продолжительность работы кемпингов в сезон, был рассчитан поправочный коэффициент, равный 1,21. Полученные от кемпингов сведения о численности отдыхающих и доходах от их размещения были скорректированы на полученный коэффициент.

Основные показатели деятельности сезонных кемпингов на Азово-Черноморском побережье Краснодарского края за 2003-2006 гг. приведены в таблице 3.

Таким образом, *общая численность самодельных туристов ($Ч_{ст}$), проживавших в индивидуальных средствах размещения ($Ч_{иср}$) и сезонных*

Таблица 3

Основные показатели деятельности сезонных кемпингов

	2003	2004	2005	2006
Число действовавших кемпингов	45	49	51	36
Обслужено туристов, тыс. человек	212,2	214,2	261,7	271
Число ночевков, тыс.	366,7	478,4	741,4	704,6
Средняя продолжительность пребывания одного туриста, дней	1,7	2,2	2,8	2,6
Доходы от эксплуатации, млн. рублей	11,6	15,3	21,1	22,2
Средняя продолжительность работы кемпинга, дней	65	67	68	66

кемпингах ($Ч_{ск}$), в 2006 г. составила 5452 тыс. человек:

$$Ч_{ст} = Ч_{иср} + Ч_{ск} = 5181 + 271 = 5452.$$

В 2006 г. в Краснодарском крае более 64% всех туристов было обслужено индивидуальными средствами размещения, доля которых во всех средствах размещения возросла по сравнению с 2003 г. на 8,8 процентного пункта (см. рис. 4).



Рис. 4. Структура численности туристов по способу размещения (в % к итогу)

Статистическая оценка числа индивидуальных средств и объемов их доходов представляет собой очень важную информацию для административных, налоговых, правоохранительных органов края, дает возможность правильнее оценить масштабы налогооблагаемой базы, проблемы временной регистрации всех приезжающих и т. д. Наличие официальной статистической информации о численности всех туристов позволяет краю ежегодно получать дополнительные объемы финансирования из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации.

Оценка численности однодневных посетителей.

До недавнего времени оставался практически не изученным такой немаловажный сектор туризма, как посещение курортной зоны однодневными посетителями, то есть лицами, совершающими однодневные поездки на море. В Краснодарском крае данное явление приобрело массовые масштабы.

В рамках реализации краевой целевой программы «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края на 2003-2010 годы» и в целях наиболее полного обеспечения органов исполнительной власти необходимой информацией о состоянии и динамике развития туризма в Краснодарском крае Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Сочинский государственный университет туризма и курортного дела по заданию департамента по комплексному развитию курортов и туризма в Краснодарском крае провели в 2005-2006 гг. выборочное статистическое обследование населения Краснодарского края путем анкетного опроса.

Цель обследования - оценка численности однодневных посетителей курортной зоны края (лиц, совершавших однодневные поездки на море), определение способов организации поездки, уровня и структуры расходов на отдых.

В 2006 г. анкетирование проведено в 27 населенных пунктах Краснодарского края, в том числе в 10 городах и 17 сельских населенных пунктах. В результате опроса получены сведения от 1980 человек, в том числе 1018 (51,4%) - городское и 962 (48,6%) - сельское население, что примерно соответствует структуре населения Краснодарского края (52,6 и 47,4% соответственно).

Как показал анализ полученных данных, среди жителей городов удельный вес отдохнувших на море значительно выше, чем среди сельских жителей (71,1 и 56,3% соответственно). Среди жителей наиболее удаленных от моря районов (таких, как Отраденский, Успенский, Курганинский) доля отдохнувших на море в два раза меньше по сравнению со средним показателем по краю.

По данным обследования, 43,5% из числа опрошенных совершали в 2006 г. однодневные поездки (без ночевки) на Азово-Черноморское побережье Краснодарского края. В расчете на всю численность населения Краснодарского края и Республики Адыгея (имеющих примерно равные географические условия) общая численность однодневных посетителей курортной зоны края составила, по оценке, 2409 тыс. человек (см. таблицу 4).

В среднем за сезон жители Кубани совершают 3-4 однодневные поездки на море. При этом горожане ездят на море в среднем шесть раз, сельские жители - только два раза.

Таблица 4

Оценка численности однодневных посетителей курортной зоны Краснодарского края
(по данным выборочных статистических обследований населения)

	2005	2006
Общая численность опрошенных, человек	1805	1980
Удельный вес лиц, совершавших однодневные поездки на море, в % к числу опрошенных	35,7	43,5
Численность однодневных посетителей курортной зоны, тыс. человек*	1980	2409

* Оценка.

На вопрос о том, каким видом транспорта добираться до моря, две трети опрошенных (67,4%) ответили, что на личном автомобиле (39,1%) или на автомобиле друзей, родственников, знакомых (28,3%); 22,9% - на общественном транспорте (автобусах, маршрутных такси); 5,2% - железнодорожным транспортом (см. рис. 5).

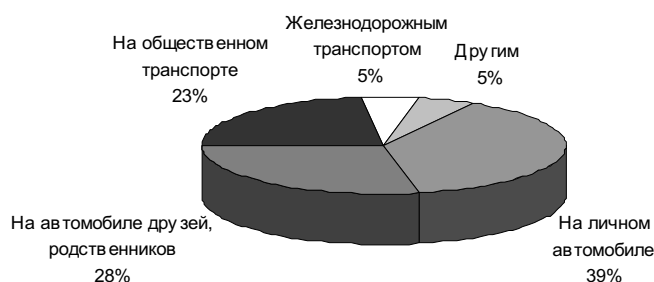


Рис. 5. Распределение однодневных посетителей по способу поездки на море (виду транспорта) (в % к итогу)

По нашим подсчетам, только из-за однодневных посетителей в летний период транспортные потоки в крае возрастают примерно на 2 млн. автомобилей, вызывая перегруженность и пробки на дорогах, ведущих к морю.

Во время отдыха большинство однодневных посетителей предпочитает останавливаться в неорганизованных местах отдыха (43%) и сезонных кемпингах (34%).

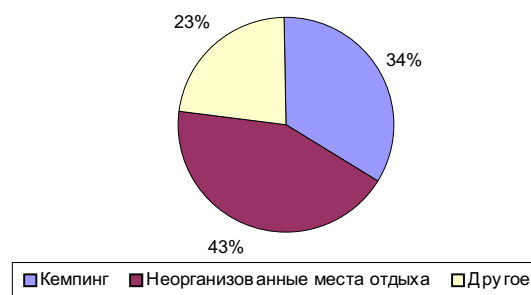


Рис. 6. Распределение однодневных посетителей по месту размещения (в % к итогу)

Расходы отдыхающих во время однодневных пребывания на море составили 1298 рублей в среднем на одного человека (см. таблицу 5). В расчете на всю численность однодневных посетителей расходы составят, по оценке, 3,1 млрд. рублей.

В структуре затрат в период пребывания на море преобладают транспортные расходы (30,2%), расходы на приобретение продовольственных и непродовольственных товаров в розничной торговле (21,4%), общественное питание (15,6%), услуги аквапарков (10,9%).

Таблица 5

Распределение однодневных посетителей по расходам на отдых

	В среднем на одного человека	
	рублей	в % к итогу
Расходы - всего	1298	100
в том числе: транспортные	392	30,2
рестораны, кафе, столовые	202	15,6
приобретение продовольственных и непродовольственных товаров в розничной торговле	278	21,4
услуги аквапарков	142	10,9
катание на водных и других видах транспорта	98	7,6
прокат инвентаря (шезлонги, катамараны и т. п.)	75	5,8
другие расходы	111	8,6

Общий объем расходов населения на однодневные поездки на море, по нашей оценке, превышает 3 млрд. рублей в год.

Общая численность туристов и однодневных посетителей. Таким образом, по данным федерального статистического наблюдения и итогам региональных статистических обследований индивидуальных средств размещения и сезонных кемпингов, выборочного анкетного опроса населения, проведенных Краснодарстатом и СГУТиКД, общая численность туристов и однодневных посетителей курортной зоны Краснодарского края в 2006 г. составила, по оценке, 10,6 млн. человек, что на 9% больше, чем в 2005 г. (см. таблицу 6).

Как видно из приведенных данных, наибольший рост численности отдохнувших наблюдается среди категорий самостоятельных туристов и однодневных посетителей, то есть лиц, самостоятельно организующих свою поездку на курорт.

Оценка вклада туризма в экономику Краснодарского края

По заказу администрации Краснодарского края, Территориальный орган Росстата по Краснодарскому краю и Сочинский государственный университет ту-

Таблица 6

Численность туристов и однодневных посетителей курортной зоны Краснодарского края

	2005	2006	2006 в % к 2005
Численность туристов - всего	7809	8230	105
в том числе: коллективные средства размещения (гостиницы, санатории, пансионаты, дома и базы отдыха)	2645	2634	106
индивидуальные средства размещения (комнаты, дома, коттеджи, сдаваемые внаем)	4758	5181	109
сезонные кемпинги	262	271	103
детские оздоровительные учреждения (загородные и санаторного типа)	144	144	100
Численность однодневных посетителей (лиц, совершавших однодневные поездки на море)	1980	2409	122
Численность туристов и однодневных посетителей - всего	9789	10639	109

ризма и курортного дела осуществили большой комплекс работ, направленных на определение влияния туризма на экономику края.

С этой целью в 2004 г. была разработана и согласована с Росстатом «Методика расчета доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития Краснодарского края». В разработке Методики активную консультационную помощь оказало Управление статистики услуг, образования и культуры Росстата, курирующее вопросы статистики туризма.

В статистической практике туризм традиционно описывался с помощью набора натуральных показателей (число и вместимость средств размещения, численность обслуженных туристов, количество ночевки и т. д.). Однако эти показатели не позволяют определить место туризма в экономике страны или региона. Необходимы стоимостные показатели, методологически сопоставимые с показателями, применяемыми для характеристики других отраслей в рамках системы национальных счетов (СНС).

С этой целью СНС предполагает в качестве дополнения построение так называемых спутных (или вспомогательных) счетов. Они представляют собой комплекс статистических показателей, предназначенных для углубленного изучения какой-либо конкретной экономической проблемы.

Спутные счета туризма (ССТ) предполагают углубленное изучение туризма с точки зрения экономики, рассматривая его прежде всего как источник дополнительного спроса на товары и услуги со стороны посетителей. Этот спрос, порождая дополнительное предложение, стимулирует экономический рост определенных отраслей (видов деятельности), характерных для туризма. В показателях ССТ могут отражаться и такие аспекты туризма, как создание допол-

нительных рабочих мест, привлечение инвестиций, доходы консолидированного бюджета, порожденные туристским потреблением.

Разработанная «Методика расчета доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития Краснодарского края» учитывает положения методологии построения спутниковых счетов туризма. Однако в ряде случаев допускаются некоторые отступления, не противоречащие ее общей стратегии. Они обусловлены некоторой неадекватностью действующей российской информационной системы целям построения спутниковых счетов туризма, отсутствием в мировой и отечественной статистике методики и практики расчетов туристского выпуска и туристской добавленной стоимости в рамках одного региона, в данном случае - в рамках одного субъекта Российской Федерации.

Построение ССТ - трудоемкое и дорогое занятие, которое может быть оправдано только в том случае, если даст определенную отдачу. Полное построение ССТ предполагает получение и обработку не только значительных массивов дополнительной статистической информации, но и во многих случаях требует кардинальной перестройки всей системы учета как первичного, так и статистического. Важным моментом является и обеспечение приемлемой классификации видов экономической деятельности наподобие Международной стандартной классификации видов деятельности в туризме (ISCTA), российский аналог которой пока отсутствует, несмотря на переход с Общероссийского классификатора отраслей народного хозяйства (ОКОНХ) на Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД).

Вместе с тем действующая информационная база и сведения, получаемые в ходе региональных выборочных обследований, позволяют произвести приблизительную оценку вклада туризма в формирование макроэкономических показателей развития региона по упрощенной схеме с некоторыми заранее оговоренными допущениями.

Суть упрощенной схемы заключается в вычленении с помощью стандартных статистических приемов из рассчитанной в рамках СНС добавленной стоимости по специфическим и неспецифическим для туризма видам деятельности той части, которая обусловлена туристским потреблением, и нахождении ее доли в валовом региональном продукте (ВРП). В дальнейшем эта доля применима для расчета вклада туризма в формирование других экономических показателей (занятость, доходы бюджета и т. п.).

При этом следует иметь в виду, что упрощенный характер расчета, естественно, предполагает и не столь точную оценку, какая может быть получена при строгом следовании методологии ССТ. Поэтому результатом расчетов вклада туризма в формирование макро-

экономических показателей развития региона по упрощенной схеме будет не точечное значение, а интервал, в границах которого с достаточной степенью вероятности может находиться искомая величина.

В настоящей Методике к **специфическим видам** туристской деятельности отнесены деятельность турфирм, средств размещения (коллективных и индивидуальных), организаций общественного питания, пассажирского транспорта, культуры и искусства, физической культуры и спорта; к **неспецифическим видам** - розничная торговля, связь (непроизводственная), бытовые услуги, медицинские услуги, образование, строительство, а также обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, сельское хозяйство, предоставление коммунальных услуг.

Для более точного расчета туристского выпуска и туристской добавленной стоимости по отдельным видам деятельности, связанным с туризмом, было решено вместо данных обследования бюджетов домашних хозяйств использовать сведения об уровне и структуре расходов на отдых, которые предстояло получить путем анкетного опроса туристов.

Для проведения выборочного обследования туристов и их расходов совместно с Сочинским государственным университетом туризма и курортного дела был разработан макет опросного листа, включающий расширенный перечень вопросов.

Выборочное статистическое обследование туристских расходов путем анкетного опроса туристов в городах Сочи, Анапе, Геленджике, Ейске было проведено с помощью дифференцированной выборки на основе имеющихся средств размещения туристов. При этом основными стратифицирующими признаками были место и стоимость проживания туристов. В зависимости от этого в качестве страт были определены следующие группы: элитные гостиницы, санатории и пансионаты; санаторно-оздоровительные организации среднего уровня; базы отдыха и турбазы; индивидуальные средства размещения.

В ходе опроса получены сведения об уровне и структуре туристских расходов, а также о географии туризма, источниках информации о курортах, способах прибытия и размещения, положительных и отрицательных факторах отдыха.

Наличие данных о туристских расходах по видам расходов, численности туристов (включая самодеятельных) и средней продолжительности их пребывания на курорте по данным федерального и регионального статистических обследований позволило рассчитать объемы туристского выпуска по таким специфическим и неспецифическим видам туристской деятельности, как услуги коллективных и индивидуальных средств размещения, турфирм, розничной торговли, общественного питания, пассажирского транспорта,

учреждений культуры, физической культуры и спорта, связи, медицинских и бытовых услуг.

По итогам экспериментального расчета в 2006 г. совокупный туристский выпуск составил, по оценке, 127 млрд. рублей, туристская добавленная стоимость - 65 млрд. рублей.

Таблица 7

Туристский выпуск и туристская добавленная стоимость
(млн. рублей)

Виды деятельности	Выпуск		Добавленная стоимость		Доля туристской добавленной стоимости в общей добавленной стоимости, в %
	всего	в том числе туристский	всего	в том числе туристская	
Специфические виды туристской деятельности	77424	66025	40095	33570	83,7
Неспецифические виды туристской деятельности	611752	61001	279316	31147	11,2
Итого по всем видам деятельности	689176	127026	319411	64717	20,3

Полученная сумма туристской добавленной стоимости (ВДСтур) по всем видам деятельности (специфическим и неспецифическим) соотносится с валовым региональным продуктом:

$$\text{ВДСтур} / \text{ВРП} \times 100\%.$$

Объем валового регионального продукта по Краснодарскому краю за 2006 г. составил 471013 млн. рублей (предварительные данные).

Находим удельный вес туристской добавленной стоимости в ВРП Краснодарского края:

$$64717 / 471013 \times 100 = 13,7\%.$$

Полученное соотношение является искомой **оценкой вклада туризма в формирование валового регионального продукта** в Краснодарском крае.

Расчет занятости, порожденной туристским потреблением, производится также по отдельным специфическим и неспецифическим для туризма видам деятельности, используя принцип наложения рассчитанного удельного веса на искомый параметр. Число рабочих мест, связанных с туризмом, составило, по оценке, 360 тыс. единиц, или 16,5% в общей численности занятых в экономике края.

Таким образом, в результате расчета получены следующие основные результаты, характеризующие примерный вклад туризма в экономику Краснодарского края.

1. Совокупный туристский выпуск за 2006 г. составил, по оценке, 127 млрд. рублей, туристская добавленная стоимость - 65 млрд. рублей.

2. Удельный вес туристской добавленной стоимости в валовом региональном продукте составил 13,7%.

3. Туризм обеспечивает дополнительные рабочие места примерно 360 тыс. человек, или более 16% от общей численности занятого населения края.

Полученные на основе Методики результаты можно интерпретировать как первоначальное исследование значимости туризма для края и использовать в качестве исходных данных для разработки направлений и программ дальнейшего развития курортно-туристского комплекса региона.

Заключение. В рекомендациях Всероссийского семинара - совещания по вопросам статистики туризма, прошедшего 6-10 июня 2005 г. в г. Осташкове Тверской области, полезным для распространения среди территориальных органов Росстата был признан опыт Краснодарстата по взаимодействию с администрацией Краснодарского края и высшими учебными заведениями при организации региональных статистических обследований по туризму и проведению экспериментальных расчетов вклада туризма в экономику края.

Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), Росстат и администрация Краснодарского края провели 20 февраля 2008 г. в г. Краснодаре расширенное совещание с участием представителей регионов Южного федерального округа, посвященное вопросам практического применения в субъектах Российской Федерации «Методики расчета доли туризма в формировании макроэкономических показателей развития Краснодарского края».

На наш взгляд, применение этой или иной методики в других регионах возможно при комплексном решении ряда вопросов, связанных с практической реализацией методики:

- в первую очередь, должна быть заинтересованность региональных властей в проведении методологических и практических исследований в сфере туризма, соответственно в их инициировании и финансировании;

- организация и проведение выборочных статистических обследований в сфере туризма - очень сложные, трудоемкие и затратные мероприятия. Одним территориальным органам государственной статистики не под силу проведение таких обследований. Мы же более шести лет тесно сотрудничаем с Сочинским государственным университетом туризма и курортного дела, имеющим филиалы во всех крупных курортных городах края, что позволяет успешно сочетать методологическое сопровождение со стороны органов государственной статистики и проведение выборочных обследований с привлечением преподавателей и студентов вуза;

- необходимо учитывать специфику развития туризма в различных субъектах Российской Федерации с тем, чтобы наиболее полно охватить масштабы туристской деятельности и ее влияния на экономику отдельно взятого региона.